



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis Monográfica

Radios Comunitarias en Capital Federal: pasado, presente y futuro

Análisis de medios radiales barriales en la Ciudad de Buenos Aires:
dificultades de transmisión, obtención de recursos económicos,
influencia de particulares y relación con la Ley de Servicios de
Comunicación Audiovisual

ALUMNO: Cattaneo, David

CÁTEDRA: Periodismo

DIRECTORA DE LA CARRERA: Lic. Ana Laura García Luna

ASIGNATURA: Tesina

TUTOR DESIGNADO: Santiago Marino

Lugar y Fecha: Buenos Aires, 1 de octubre de 2018

DNI del alumno: 35.063.545

Mail: davidcattaneo@hotmail.com

Índice

1. Introducción.....	3
2. Marco Metodológico - Teórico.....	7
2.1. Metodología.....	7
2.2. Marco Teórico.....	7
2.3. Teorías de la Comunicación.....	8
2.3.1. Teoría de la Agenda Setting.....	8
2.3.2. Teoría de la Espiral del Silencio.....	10
2.3.3. Teoría de la Aguja Hipodérmica.....	11
2.3.4. Teoría de las Diferencias Individuales.....	12
2.3.5. Teoría de las Categorías Sociales y Teoría de los Dos Pasos.....	14
3. Planteo de la hipótesis de la tesina.....	17
4. Historia de las radios comunitarias.....	18
4.1. Aparición de radios comunitarias en Argentina.....	28
4.2. Organizaciones que nuclean medios comunitarios a nivel mundial y local.....	32
4.3. Definiciones.....	35
5. Planteo del problema de la tesina.....	42
6. Desarrollo.....	44
6.1. Estudio de radios comunitarias en Argentina.....	44
6.1.1. Presentación de FM 88.7.....	44
6.1.2. Presentación de FM 88.3.....	46
6.1.3. Presentación de FM 89.3.....	49
6.2. Reseña de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522.....	56
6.3. Aplicación e incidencia de la Ley 26.522 en radios comunitarias.....	61
7. Influencia de las Teorías en las tres radios analizadas.....	80
8. Conclusión.....	83
9. Bibliografía.....	88

1. Introducción:

El trabajo que se presenta a continuación es un análisis sobre un tipo de medios del que no hay tanto conocimiento ni información como sucede con los grandes conglomerados mediáticos del país. Se trata de las radios comunitarias, un sector que históricamente debió luchar contra la corriente incluso para poder salir al aire y que tuvo en la falta de legislación hasta el año 2009 su principal obstáculo.

La idea de investigar estas emisoras surgió a partir de la presentación del proyecto y posteriormente de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la cual incluyó entre sus artículos algunos destinados puntualmente a estas radios, que entre sus cualidades fundamentales no poseen fines de lucro. Uno de esos apartados, el 89 inciso F, establece que debe quedar reservado un tercio del espectro radioeléctrico para este tipo de medios.

Esto significaba en la teoría un cambio de paradigma en la historia de estas radios, principalmente porque tendrían un espacio legal amplio para poder transmitir en la manera en la que pretendían, ordenando el espectro radioeléctrico, que para ese entonces era un verdadero caos por la cantidad de FM que existían emitiendo en la misma frecuencia. Por otro lado, se supo en el mismísimo instante de la aprobación de la ley que comenzaría una lucha con muchas emisoras comerciales que poseían licencias previas y que posiblemente tuvieran que desprenderse de ellas para darles espacio a estos nuevos *actores legales* del espectro.

La necesidad de un marco legal que las incluyera era (y es) vital para este sector de medios. Hasta antes de 2009 la ley que administraba la radiodifusión nacional era la 22.285, sancionada durante la última dictadura militar. Esta legislación limitaba la entrega de licencias a personas jurídicas o sociedades comerciales. Es decir, no podían entregarse licencias a iglesias, universidades y mucho menos a organizaciones sin fines de lucro.

La única vía de escape que habían encontrado estas radios antes de la sanción de la “Ley de Medios” fueron los permisos precarios provisionales, especies de parches legales que les permitían cumplir a las radios alternativas ciertas condiciones y requisitos mínimos hasta que se sancione una nueva ley. Para darse una idea de a dónde apuntaban estos permisos, el abogado laboralista y constitucionalista especialista en Derecho a la

Comunicación Miguel Julio Rodríguez Villafañe escribió un artículo titulado “Radiodifusión sin fines de lucro y las 12 “P” condicionantes” en el que define que “en Argentina, en la historia de los últimos 40 años, la radiodifusión comunitaria debió enfrentar el problema no de 3 sino de 12 “P” condicionantes. En los hechos se dio que, “Para, Postergar, Propuestas, Populares” se buscó que sean “Pocas, Pobres, Pequeñas”, con “Permisos, Precarios, Provisorios” y “Poca Potencia”¹. Este juego de palabras le busca el lado gracioso a la situación, pero en la realidad las circunstancias fueron así para las radios: si bien las que accedieron a los PPP tuvieron un mínimo grado de legalidad para emitir, las condiciones seguían siendo igual de malas.

Así se llegó a 2009 con alrededor de 4.000 emisoras superpoblando el espectro (especialmente en las llamadas “zonas de conflicto”, grandes urbes en las que habitaban muchas emisoras barriales) sin ninguna normativa que las regularice y ordene y con un proyecto de ley que, como ya se dijo, prometía prácticamente un cambio de vida para las comunitarias. El contexto, sin embargo, también incluía una disputa entre el gobierno de turno (Cristina Fernández en la presidencia) y el multimedio más grande del país (Clarín). Esto significó que, si bien había muchos sectores dentro del abanico de medios de comunicación que presionaban para la aprobación de la ley, para el Poder Ejecutivo una de las principales demandas era desarmar a Clarín.

El objetivo de esta investigación, en base a lo mencionado, es determinar cuánto influyó en la cotidianeidad de las radios comunitarias de nuestro país la sanción de la ley 26.522 y dar cuenta de su situación actual. Se apuntó a analizar por separado algunos de los casos y buscar variables repetidas y diferenciales en cada uno de ellos. A través de visitas a las radios analizadas, se buscó mostrar las condiciones laborales y económicas de las FM incluidas en el trabajo y determinar las respuestas de la comunidad ante su influencia.

Algunas de las preguntas que intenta responder este trabajo son: ¿cómo las afectó el hecho de no estar contempladas por la ley hasta 2009?, ¿cuál fue la influencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el accionar de las radios comunitarias? y ¿qué esperan para el futuro los miembros de estas radios respecto a la Ley 26.522? Saliendo de la ley, era importante saber cómo se mantiene una emisora que no tiene fines de lucro (o sea, de qué forma costean los gastos que genera la FM), cómo opera una

¹ Disponible en <https://agenciacta.org/spip.php?article19980>

radio de poco alcance respecto a su transmisión, equipamiento, staff y contenidos, cuáles son las limitaciones que tienen respecto a otras de mayor alcance y cuál es la situación de los trabajadores de radios comunitarias de Buenos Aires, entre varias otras consultas.

En cuanto al marco temporal de la investigación, si bien en el comienzo del trabajo se hará un análisis de la historia de las radios comunitarias desde su aparición en la década de 1980, el período comprendido en la investigación irá desde octubre de 2009 (sanción de la Ley 26.522) hasta 2013.

Las tres radios incluidas como muestra en el trabajo están en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y son FM 88.7 Radio La Tribu, FM 88.3 Radio Sur y FM 95.5 Radio Gráfica. La elección de cada una de ellas tiene un motivo:

-La Tribu fue desarrollando un contexto cultural desde sus comienzos y por eso hoy se autodefine como un centro cultural que tiene una radio; en el ámbito comunitario es un estandarte.

-Radio Sur fue creada por la cooperativa de viviendas Movimiento Territorial Liberación, la cual construyó las manzanas aledañas a la FM e incluso el edificio en el que se encuentra la emisora.

-Radio Gráfica surgió a partir de la iniciativa de los trabajadores de una gráfica del barrio de Barracas que querían evitar el quiebre de la fábrica. Actualmente funciona en el mismo edificio recuperado por los propios empleados.

Con orígenes diferentes, influencias variadas e incluso opiniones dispares de sus representantes respecto al sector comunitario, estas tres radios son referentes en su ámbito y de su análisis se pueden sacar conclusiones comprobables.

A continuación de esta introducción, el trabajo sigue con el capítulo metodológico, en el cual se explica de qué manera se abordó esta investigación y qué técnicas se pusieron en práctica. El capítulo 3 está dedicado a la hipótesis que le dio origen a este trabajo y posteriormente se incluye el marco teórico, en el cual se especifica la bibliografía de base y también una serie de teorías de comunicación que son aplicables en mayor o menor medida en el mundo de las radios comunitarias.

A partir del capítulo 5 se empieza a abordar de manera directa y específica el tema que le da título a este trabajo. En dicho apartado se puntualiza en la historia de las emisoras comunitarias y en su llegada y desarrollo en Argentina.

En el punto 6 se evalúa el problema al que apunta esta tesina (relacionado directamente a la hipótesis del trabajo) y en el siguiente se abordan las historias de cada una de las tres FM tomadas como muestra. Es en este séptimo apartado en el que se puede ver con mayor claridad el día a día que viven las radios comunitarias en las llamadas “zonas de conflicto” y donde aparece de lleno el tema de la Ley de Servicios de Comunicación de Audiovisual (y su cumplimiento o no en este ámbito).

Finalizando la investigación, el capítulo 8 es una revisión de las teorías de comunicación mencionadas en el marco teórico para tratar de determinar su aplicación o no en los casos analizados; el penúltimo ítem es la conclusión de la tesina, donde se retoma la hipótesis para determinar si pudo verificarse o no.

El último punto del trabajo es la recopilación de la bibliografía utilizada, tanto impresa como online.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

2. Marco Metodológico - Teórico

2.1. Metodología

Inicialmente se realizó un análisis de la bibliografía para tratar de presentar y desarrollar el marco teórico del trabajo. La investigación se presenta como un análisis cualitativo, intentando usar técnicas diferentes para tratar de comprobar la hipótesis presentada. Algunas de ellas son:

-Análisis del contexto histórico, político, mediático y social

-Análisis de la bibliografía

-Entrevistas: el objetivo fue tener charlas en profundidad con directores, locutores, conductores, miembros de staff, etc., de las tres FM que forman parte del marco de referencia. Además, se incluyó la palabra de especialistas que participaron en los foros previos a la sanción de la Ley 26.522 para saber cuáles fueron los motivos que derivaron en el otorgamiento del 33% del espectro a este tipo de medios, punto fundamental del trabajo

-Observación participante: será pertinente asistir a los lugares geográficos de los medios en cuestión para conocer en primera persona la temática tratada

2.2. Marco teórico

Si bien hay algunos libros escritos en los últimos 15 años, como “Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina” (de Ana María Peppino Barale), “La Radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva” (coordinado por Arturo Merayo) o “Las radios comunitarias: agentes de socialización de los nuevos valores políticos” (de Rosa Blanco Díaz), que se dirigen directamente al tema de la radio sin fines de lucro, u otros que tocan el tema de manera no central dentro de una obra (como “Mucho ruido, pocas leyes”, editado por Guillermo Mastrini, o “Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina”, editado por Mastrini y César Bolaño), el tema de las radios comunitarias no ha sido generador de muchos textos.

No obstante, a partir de septiembre de 2009 el tema ha crecido en importancia y, aunque no aumentó el número de obras focalizadas en radios comunitarias, sí se incrementó la preponderancia de la temática.

En esta tesina se utilizó, a modo de guía, una obra de Larisa Kejval titulada “Truchas: Los Proyectos Político-Culturales de Las Radios Comunitarias, Alternativas y Populares Argentinas”. Fue redactada en julio de 2009, dos meses antes de la sanción de la Ley 26.522, por lo que el texto sirvió como contexto histórico, ya que narra detalladamente cómo fue la aparición de este tipo de medios, al que inicialmente se catalogó de ilegal.

Fue tomado en cuenta también el texto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que tiene que ver con la hipótesis. Y se tomó como referencia el reglamento de AMRAC ALC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias - América Latina y el Caribe).

Por otro lado, medios comerciales de posturas variadas tocaron el tema en diversos artículos, sobre todo desde 2009, y por eso se expuso la postura de algunos de ellos.

2.3. Teorías de la Comunicación

Si nos basamos en teorías de comunicación, como sucede con cada clase de medios, no hay una que esté referida específicamente a la radio, y mucho menos a la radio comunitaria.

En el ámbito comunicacional existen muchas teorías que apuntan principalmente a la influencia que los medios de comunicación, en general los grandes medios comerciales que consume el público mayoritario, tienen en las audiencias. A continuación se desarrollarán las más trascendentes para luego relacionarlas con el trabajo de las FM comunitarias.

2.3.1. Teoría de la Agenda Setting

Entre las teorías comunicativas, una de las que más relación tiene con el tema de este trabajo es la Teoría de la *Agenda Setting*. Quienes dieron a conocer este enfoque inicialmente fueron Donald Shaw y Maxwell McCombs a través de un estudio realizado en 1972, el cual aseveraba que la gente le da tanta importancia a los temas de actualidad como los medios más importantes se la den. Es decir: el público le prestará atención a aquello a lo que los medios le presten atención, dejando de lado temas que, por falta de interés o conveniencia, los medios no tocan.

Otros autores como Walter Lippmann (por ejemplo en su obra *Public Opinion*), Bernard Cohen y Noam Chomsky también refirieron el tema, siempre apuntando a que los que

más alcance tienen, más facilidad poseen de colocar en las mentes humanas los temas que eligen.

Esto no necesariamente es algo negativo: en general los grandes medios destacan los temas realmente pertinentes. Sí es cierto, no obstante, que la mirada o el enfoque que se le da a cada tema responden a una preferencia/postura.

Traducido al español, *agenda setting* significa fijación de agenda, entendiéndose por agenda los temas más tratados en un momento y ámbito determinados. El punto central de esta teoría es que los medios influyen en los públicos masivos imponiendo las temáticas a las que les dan mayor importancia.

Esa última idea relacionada a la importancia es la clave: todos los temas que tienen una necesidad social de conocerse son reflejados por los grandes medios comerciales; la fijación de agenda la marca la relevancia que el emisor les dé. Se entiende por relevancia el espacio o tiempo en el cual se habla de ese asunto.

Dar una noticia con mayor énfasis, colocar una foto más impresionante, usar un tono de voz más alto. Todos son factores que permiten darle una determinada relevancia a ciertos eventos por sobre otros e influir en el receptor para que los posicione mentalmente en cierto orden. Y cuando los que hacen uso de esta teoría son los grandes medios, esos receptores forman una masa de dimensiones incalculables, por lo se puede afirmar que el establecimiento de agenda “influye en la agenda pública”².

Los mencionados especialistas en periodismo estadounidenses McCombs y Shaw presentaron la teoría a fines de los '70 y afirmaron que la fijación de temas no tiene tanto que ver con lo que los medios opinen de determinada temática, sino con el tiempo de aire o espacio que les den a ciertos hechos.

Es por esta característica de los medios de comunicación que se los llama el “cuarto poder”. La posibilidad de fijar agenda es el principal motivo por el que gobiernos de todo tipo en todas partes del mundo quieren tener una cordial relación con los grandes multimedios.

En resumen, la teoría de la agenda setting indica que los temas que son importantes para los medios, son importantes para los públicos. El investigador Bernard Cecil Cohen lo

² Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_de_la_agenda